

GRET



Nutri'zaza

Une entreprise sociale malgache pour lutter contre la malnutrition

À Madagascar, la malnutrition chronique touche près de **50 % des enfants** malgaches de 6 à 24 mois, soit 900 000 enfants. Elle provoque un retard de développement (taille, développement cognitif) et fragilise la santé : près de la moitié des enfants de moins de 5 ans (47,3 %) souffrent de retard de croissance dont 26 % sous forme sévère*. Les séquelles peuvent être irréversibles après l'âge de deux ans, et la malnutrition chronique est responsable de 35 % des décès chez les enfants en bas âge.

L'une des causes de la malnutrition chronique est la qualité insuffisante de l'alimentation des jeunes enfants : les pratiques d'allaitement et d'alimentation ne répondent pas à leurs besoins et les aliments de complément manufacturés disponibles sur le marché sont en général de mauvaise qualité ou inaccessibles financièrement, dans un pays où 80 % des familles gagnent moins de 1,90 dollar par jour. Ainsi, deux tiers des enfants de moins de trois ans reçoivent une alimentation de complément insuffisante en qualité et quantité.

* selon la dernière enquête nationale (Ensmod, 2013).

LE PROJET EN CHIFFRES :

- 59 millions de repas fortifiés distribués depuis 2013
- 13 000 enfants touchés par jour dans 47 villes
- 160 emplois créés
- Un réseau de 92 vendeuses en porte-à-porte dont 33 « restaurants pour bébé » (*hotelin-jazakely*)

Nutri'zaza est une entreprise sociale innovante créée en 2013 par le GRET et ses partenaires. Sa mission est de lutter contre la malnutrition infantile à Madagascar, à travers :

- la **distribution de produits fortifiés**, en particulier la « [Koba Aina](#) » (« farine de la vie »), un aliment de complément au lait maternel pour les enfants de 6 à 24 mois, fabriqué à partir de produits locaux et vendu à un prix accessible ;
- la **promotion de bonnes pratiques** d'alimentation et d'hygiène maternelle et infantile.

Nutri'zaza s'appuie sur un réseau de distribution diversifié, qui comprend à la fois les commerces classiques, les réseaux institutionnels (État, ONG) et un réseau innovant : les restaurants pour bébé (*hotelin-jazakely*).

Après sept années de fonctionnement, Nutri'zaza est devenue un **modèle d'entrepreneuriat social** dans le domaine de la nutrition à Madagascar.

Naissance de Nutri'zaza

En 1998, le Gret, l'[IRD](#) et l'[Université d'Antananarivo](#) s'unissent dans le cadre du programme [Nutrimad](#) afin de concevoir des méthodes efficaces pour **lutter contre la malnutrition à Madagascar**.

Les premiers travaux de recherche-action ont montré que l'élaboration de repas par les familles, à partir de produits bruts, se heurtait à plusieurs difficultés : difficulté à comprendre et à respecter les proportions, manque d'ustensiles et de temps, coût de la préparation des repas.

Afin de répondre à ces problématiques, la stratégie de Nutrimad est élaborée autour de trois piliers :

- la mise au point d'un aliment de complément au lait maternel de bonne qualité nutritionnelle : la **Koba Aina**. Cette farine est fabriquée à partir de matières premières locales par l'entreprise Taf. Elle est conforme aux standards internationaux de qualité les plus stricts tant du point de vue nutritionnel que sanitaire ;
- la mise en place d'un **réseau innovant de distribution**, les restaurants pour bébés ou *hotelin-jazakely*. Des animatrices y préparent et vendent les bouillies préparées à base de Koba Aina ;
- la **sensibilisation et l'éducation nutritionnelle** des familles par des animatrices du quartier.

Pour pérenniser et étendre les acquis de ce programme, l'entreprise sociale Nutri'zaza a été créée en 2013 avec cinq partenaires : l'ONG [Gret](#), initiateur du projet ; la [Sidi](#), un investisseur solidaire ; [I&P](#), groupe d'impact investing ; Taf, entreprise locale, producteur de la farine infantile ; et Apem, une association locale pour la promotion de l'entrepreneuriat malgache.



Animatrice dans les quartiers

Le modèle social de Nutri'zaza

Les cinq premières années, Nutri'zaza a été appuyée par l'[Agence française de développement](#) (AFD) pour développer son *business model* : concilier impact social et rentabilité économique. Son objectif est ainsi de **garantir l'accessibilité des produits nutritionnellement efficaces pour prévenir la malnutrition à un coût le plus faible possible** pour en permettre l'accès aux familles pauvres tout en garantissant la pérennité du service.



Le *business model* de l'entreprise repose sur la **complémentarité de trois réseaux de distribution**, tous indispensables pour obtenir un impact maximal en termes de santé publique et assurer la viabilité financière de l'entreprise :

- le réseau des *hotelin-jazakely*, un modèle innovant de distribution de l'aliment, situé au cœur des quartiers pauvres des zones urbaines. Chaque *hotelin-jazakely* est géré par des animatrices du quartier et propose le produit prêt à consommer. Les animatrices prodiguent également des conseils nutritionnels ;
- le réseau de distribution classique (épiceries, supermarchés, etc.) permet d'accroître les volumes de vente à moindre coût, accompagné notamment de la promotion faite par Nutri'zaza ;
- les réseaux des ONG et des institutions locales permettent de toucher les familles les plus démunies qui nécessitent d'avoir accès au produit à un prix subventionné, voire gratuitement.

Depuis 2017, Nutri'zaza et le Gret sont **partenaires** pour mener ensemble sur un **ped d'égalité** des projets de développement et notamment dans le cadre du projet de fortification alimentaire [PFOA](#) financé par l'[Union européenne](#).

Présence

Les produits fortifiés diffusés par Nutri'zaza sont appréciés par les familles et la Koba Aina est présente dans la plupart des grandes villes de Madagascar.

Nutri'zaza est reconnue aussi bien à l'échelle internationale que nationale. C'est une organisation leader dans le monde de l'entrepreneuriat social malgache.



Distribution

- **59 millions repas vendus** par l'entreprise depuis 2013, dont 24 % *via* le réseau des restaurants pour bébé et les animatrices.
- Plus de **120 quartiers d'intervention** dans **47 villes** de Madagascar : la création de Nutri'zaza a permis de changer d'échelle pour toucher plus largement les enfants.
- Un réseau de **92 vendeuses** en porte-à porte dont 33 « restaurants pour bébé » (*hotelin-jazakely*).

Consommation

- **63 % de taux de pénétration** : enfants âgés de 6 à 24 ans qui ont consommé au moins une fois de la Koba Aina dans le mois, à l'échelle du quartier.
- **18,8 % de taux de clients réguliers** : enfants âgés de 6 à 24 mois ayant consommé au moins une fois de la Koba Aina dans la journée.

Impacts sociaux

- **13 000 enfants** de moins de 5 ans touchés par jour.
- Plus de **160 emplois créés** (animatrices, commerciaux, etc.), dont 80 % de femmes.
- Plus de **120 femmes** de niveau d'éducation faible, formées et ayant accès à un emploi, dans la gestion des *hotelin-jazakely* et la distribution de Koba Aina.

La plupart des animatrices sont salariées de Nutri'zaza et gagnent en moyenne 1,5 fois le salaire minimum mensuel malgache.

Les principaux enjeux

Aujourd'hui, Nutri'zaza a trois principaux objectifs de développement :

- **étendre encore son réseau de vente** dans d'autres villes afin de rendre disponibles les aliments fortifiés à **15 000 enfants par jour**, contre 13 000 aujourd'hui. En produisant en plus grande quantité et en réalisant des économies d'échelle, Nutri'zaza **renforcera son modèle économique et sera financièrement autonome** ;
- **investir davantage dans la recherche et le développement** afin de rester compétitive en améliorant la bouillie Koba Aina qui demande actuellement une cuisson particulièrement vigilante ;
- **diversifier ses produits** à travers notamment l'élaboration d'autres goûters fortifiés pour les enfants d'âge scolaire.

Témoignage de Mialy, Une jeune maman

« J'ai emmené ma fille de 1 an se faire peser à l'*hotelin-jazakely*, et la responsable m'a dit qu'elle avait un poids trop faible par rapport à son âge. À partir de là, je lui ai donné de la Koba Aina quotidiennement jusqu'à ses 5 ans. Depuis, elle a rattrapé une taille et un poids adapté à son âge. Je suis désormais enceinte de mon second enfant et je prends de la Koba Aina tous les jours. »



Nutri'zaza a été lauréat des Grands Prix de la finance solidaire Le Monde/Finansol en 2015



« Le prix de la finance solidaire dans la catégorie "entrepreneuriat dans les pays en développement" est une belle reconnaissance pour Nutri'zaza », témoigne Mieja Vola Rakotonarivo, directrice de Nutri'zaza.

LES GRANDS PRIX
DE LA FINANCE SOLIDAIRE





Photos : © Gret

Le Gret

Fondé en 1976, le Gret est une ONG internationale de développement qui agit du terrain au politique pour apporter des réponses durables et innovantes aux défis de la pauvreté et des inégalités. En 2019, ses 650 professionnels ont mis en œuvre près de 200 projets, études et expertises dans 28 pays, situés pour l'essentiel en Afrique et en Asie du Sud-Est.

Le Gret intervient sur sept thématiques :

- l'agriculture ;
- les citoyennetés et la démocratie ;
- l'eau potable, l'assainissement et les déchets ;
- la gestion des ressources naturelles et l'énergie ;
- la microfinance et l'insertion professionnelle ;
- la santé (nutrition et protection sociale) ;
- les villes pour tous et la décentralisation.

Santé : nutrition et protection sociale

Cent millions de personnes basculent chaque année sous le seuil de pauvreté pour cause de maladie. Selon l'Organisation mondiale de la santé, la malnutrition est une maladie responsable de la moitié de la mortalité infantile et laisse des séquelles à l'âge adulte pour un enfant sur deux. Elle est à la fois cause et conséquence de la pauvreté et du sous-développement.

Afin de briser le cercle vicieux malnutrition-maladie-pauvreté, le Gret a développé des savoir-faire autour de quatre piliers d'intervention complémentaires :

- la mise à disposition d'aliments fortifiés, produits avec le secteur privé local ;
- la sensibilisation aux pratiques adaptées d'alimentation et de soins materno-infantiles ;
- l'amélioration de la qualité des services de santé ;
- le développement de dispositifs de protection sociale santé.

Le Gret donne une place importante aux actions de prévention et favorise les approches pérennes.

CONTACT :

Gret Madagascar
Lot II A 119 S, Soavimbahoaka
101 Antananarivo, Madagascar
gret.madagascar@gret.org

www.gret.org

La présente publication a été élaborée avec l'aide de l'Agence française de développement (AFD) et du fonds de dotation du Gret. Le contenu de la publication relève de la seule responsabilité du Gret et ne peut aucunement être considéré comme reflétant le point de vue de l'AFD.